Tabel: Date financiare companii

Cod	Companie	Valoare 1	Valoare 2	Valoare 3	Total	%1	%2	Cat	Ind
221IC0M120	NECOCIENA A.II	5 550,09	541,79	2 501,36	8 593,24	0,1%	99,8%	C	72% Z
2211DR0019	I. BARALĂU NICULAI	1 543,18	228,57	1 582,73	3 354,48	0,0%	99,9%	C	56% Z
2211CI8832	CONSTANȚA SRL	430,71	1 876,78	829,39	3 136,68	0,0%	99,9%	C	58% Z
2211CI8429	NORMIN & CO SRL	3 101,68	859,00	0,00	3 960,68	0,0%	99,9%	C	77% Z
2211UNG044	LUDMILA BUCULEI	1 013,00	1 317,98	534,71	2 865,69	0,0%	100,0%	C	34% Z
2211RIS179	PRIMĂRIA MALINOBSCOE	1 540,70	0,00	534,44	2 075,14	0,0%	100,0%	C	92% Z
2211CAH278	II. LIXANDRA PETRU	664,94	847,60	0,00	1 512,54	0,0%	100,0%	C	73% Z
Total		**3 119 201,692**	**935 071,983**	**631 893,419**	**686 167,08**	**100,00**	**x**	**x**	**x**

Sursă: elaborat de autori

Această metodă este utilă şi în cazul în care se aplică pentru analiza rentabilităţii clienţilor, comparând-o cu media pe entitate sau în dinamică. Concluziile şi deciziile privind analiza clienţilor prin metodele ABC – stoc (client) şi XYZ – stoc (client), conform rezultatelor din tabelul 3.31, sunt analizate în tabelul 3.32.

Tabelul 3.32.

Gruparea cumpărătorilor conform metodelor ABC-XYZ

Criterii de formare a grupelor	Categoria XYZ			
	X **variaţia≤10%**	**Y** **variaţia≤25%**	**Z** **variaţia>25%**	**Total**
A	Ponderea 50% 3 clienţi 4 985 278,13 lei	0 clienţi 0	0 clienţi 0	3 clienţi 4 985 278,13 lei
B	Ponderea 30% 1 client 146 680,63 lei	5 clienţi 1 568 354,14 lei	3 clienţi 1100102,11 lei	9 clienţi 2 815 136,88 lei
C	Ponderea 20% 8 clienţi 583 926,39 lei	10 clienţi 626 380,68 lei	18 clienţi 675 445,00 lei	36 clienţi 1 885 752,07 lei
Total	12 clienţi 5 715 885,15 lei	15 clienţi 2 194 734,82 lei	21 de clienţi 1775547,11 lei	48 de clienţi 9 686 167,08 lei

Sursă: elaborat de autori

Cumpărătorii din grupa A („Metro Cash & Carry" SRL, „Vistarcom" SRL şi „Fourchette M" SRL) reprezintă clienţi strategici, cu o pondere totală a vânzărilor de 4 985 278,13 lei. Acestor clienţi trebuie să li se acorde o atenţie deosebită, efectuând mereu monitorizarea şi planificarea, deoarece modificările în indicatorii de rentabilitate, volumul de vânzări sau condiţiile de plată pot aduce un impact asupra rezultatelor financiare ale entităţii. Pentru aceştia, trebuie organizate proceduri speciale de deservire: livrări primordiare, modificări contractuale primordiale, susţinerea cu transport şi consultaţii. Este de menţionat faptul că, în combinaţie cu metoda XYZ – stoc (client), aceştia au vânzări stabile (grupa X) şi reprezintă o grupă de bază de clienţi ai entităţii.